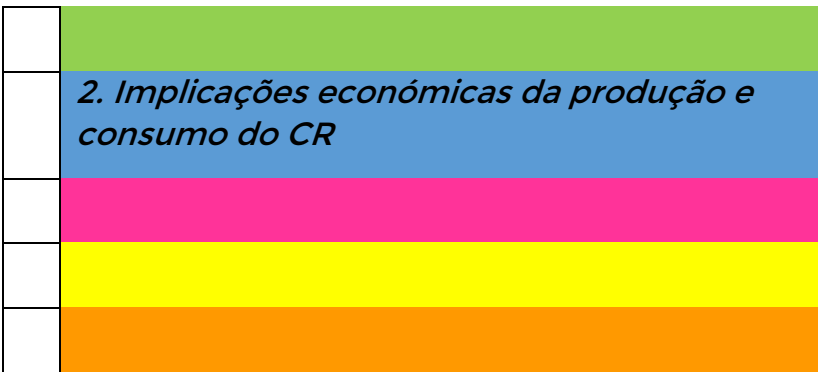



FICHA DE FORMAÇÃO

02. O PESO DA ECONOMIA NO VESTUÁRIO

<i>Área</i>	<i>Vestuário</i>
<i>Nível</i>	<i>BÁSICO</i>
<i>Tópico</i>	
<i>Módulo</i>	
Palavras-chave	Vestuário; Implicações económicas; Modelos de negócios circulares; Aluguer; Revenda; Reparação; Transformação
Introdução	<p>O vestuário representa mais de 60% de todos os têxteis utilizados e, nos últimos 15 anos, a sua produção duplicou nas economias maduras. Empresas e marcas de moda estão a começar a integrar componentes de sustentabilidade ou circularidade nos seus processos de produção, e novos modelos de negócios estão a surgir para enfrentar estes problemas e responder a estas preocupações.</p> <p>Com base na abordagem de Ellen MacArthur, existem atualmente 4 modelos de negócios que</p>

	<p>circulam materiais e produtos: aluguer, revenda, reparação e transformação.</p> <p>O aluguer inclui vários esquemas nos quais a roupa é usada temporariamente por um cliente, devolvendo-a depois para ser usada por outra pessoa. Isso pode ser feito por meio de alugueres de par a par, em grande escala e modelos de subscrição. A revenda inclui a venda par a par online e offline, mercados da parte de terceiros (third-party marketplaces) e revenda de marca própria. A reparação consiste em tornar um produto defeituoso ou estragado a um num estado utilizável, e transformação acontece quando um produto é criado a partir de produtos ou componentes já existentes.</p>
Impactos/ Benefícios económicos	<p>Os quatro modelos de negócios circulares - aluguer, revenda, reparação e transformação - já valem mais de 73 bilhões de dólares e o mercado ainda crescerá mais nos próximos anos. Estima-se que, até 2030, estes modelos sejam responsáveis por 23% do mercado mundial de moda.</p> <p>Conforme demonstrado, há um interesse crescente nestes novos modelos de negócios circulares, uma vez que há mais informações e maior consciencialização sobre o impacto negativo da indústria de fast fashion. Os consumidores estão mais cientes do impacto das suas escolhas de compra e, conseqüentemente, mais exigentes com as práticas sustentáveis e éticas, principalmente de grandes empresas. Em geral, um consumidor mais instruído exigirá mais informações e transparência para escolher com sabedoria onde comprar os produtos de que precisa. Isso levará a que as empresas mudem e melhorem as suas práticas de produção para fazer frente aos critérios do mercado. Deste modo, novos e futuros investimentos das marcas de moda terão de ter em consideração estas mudanças, e as empresas que não acompanharem irão sofrer uma queda na perspectiva do consumidor e nos seus rendimentos.</p>

Boas práticas	<p>Há cada vez mais marcas emergentes que já refletem sobre estes problemas na indústria do vestuário. No entanto, deve-se ter em consideração que não é possível catalogar nenhuma marca de moda como exemplo devido à falta de transparência dos seus processos e das práticas socioambientais dos seus negócios. Neste enquadramento, algumas marcas merecem destaque por apresentarem aspetos que podem ser considerados boas práticas:</p> <ul style="list-style-type: none">• Uma delas é a Vinted, um mercado par a par on-line para venda de roupas em segunda mão, muito popular principalmente entre os jovens• Outra é a marca portuguesa Nae, que utiliza materiais sustentáveis para produzir calçado, sem exploração animal• A Knickey é uma marca de roupas íntimas de algodão orgânico, que oferece peças básicas para todos; as suas fábricas são certificadas pela Fairtrade Internacional - Organizações de Produtores de Pequena escala, garantindo o pagamento de um salário digno na maior parte da sua cadeia de fornecimento <p>Para mais opções, consulte Good on You, um diretório online que classifica marcas de moda com base na sustentabilidade do Planeta, Pessoas e Animais.</p>
Desafios atuais e futuros	<p>A implementação de modelos de negócios circulares terá um grande impacto no status quo económico da indústria da moda.</p> <p>Se a indústria começar a mudar e diminuir o uso de materiais virgens, embora haja um impacto positivo, os pequenos negócios (incluindo agricultores e trabalhadores das fábricas) serão os que sofrerão o maior impacto económico. Portanto, esta transição precisa de ser feita enquanto esses trabalhadores estão a ser treinados</p>

	<p>e realocados para outras novas funções ou empregos.</p> <p>As marcas também terão que começar a oferecer diferentes tipos de serviços - com base nos 4 modelos de negócios circulares supracitados - para mostrar aos clientes o seu compromisso para com uma indústria mais sustentável e circular. Isto também facilitará que os clientes mudem os seus hábitos e comportamentos de consumo.</p> <p>Posto isto, da perspetiva do consumidor, os desafios mais relevantes estão relacionados com os altos preços das roupas sustentáveis, - quando comparadas às roupas de fast fashion - exigindo uma mudança na mentalidade do cliente. Campanhas de educação e consciencialização serão importantes para explicar porque é que é necessário comprar roupa segundo critérios diferentes, não focando principalmente em preços baratos.</p>
<i>Língua</i>	<i>Português</i>
<i>Parceiro</i>	<i>UA</i>
Outras referências	<p>https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/industries/retail/our%20insights/state%20of%20fashion/2022/the-state-of-fashion-2022.pdf</p> <p>https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/state-of-fashion-technology-report-2022</p> <p>https://ellenmacarthurfoundation.org/pt</p> <p>Recloset empresa portuguesa</p> <p>Vintage for a Cause empresa portuguesa</p> <p>Shoelução a Portuguese company dedicated to repair shoes and sneakers.</p> <p>https://www.facebook.com/RepairCafeLisboa/?locale=pt_PT</p>